

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, Indonesia berada pada era revolusi industri 4.0. atau yang dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*. Dimana akibat perkembangan tersebut membuat teknologi semakin berkembang dan canggih. Perubahan tersebut ditandai dengan berkembangnya teknologi cerdas yang menghubungkan berbagai bidang kehidupan manusia. Akibatnya, internet tidak berfungsi sebagai media komunikasi saja, tetapi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat dalam berbelanja online. Sehingga dalam hal ini internet dapat bermanfaat dalam proses jual beli barang. Selain itu dengan kemudahan mengakses internet dapat menciptakan toko online (*e-commerce*) yang saat ini menjadi pilihan alternative dalam berbelanja melalui daring. Dimana hanya dengan membuka website, pembeli sudah dapat menemukan produk-produk yang diinginkannya. (Oktaviani & Sudrajat dalam Wahyuningtyas, 2021).

Aplikasi penjualan berbasis web merupakan salah satu teknologi yang banyakdigunakan oleh perusahaan besar hingga usaha kecil. Dengan menggunakan aplikasi penjualan berbasis web,para pemilik usaha dapat mempromosikan produk mereka kepada konsumen dengan mudah dan terjangkau. Konsumen juga berkenan untuk mendapatkan informasi terkait produk-produk yang dijual oleh pemilikusaha dengan mudah. (Andipradana & Dwi Hartomo, 2021).

Selain itu kurangnya mobilitas massa di sekitarpasar tentu menghambat laju promosi yangberpengaruh kepada tingkat penjualan. (Raharja & Natari, 2021). Jika media sosial

dimanfaatkan secara optimal, maka hal ini dapat membantu bisnis UMKM dalam memiliki pelanggan baru. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada yaitu melalui media sosial. (Prasetya, Adhitya Yoga; Sugiharti; Fadhila, 2021).

Dalam mengembangkan aplikasi penjualan online disini salah satu contohnya adalah perkembangan aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*). CRM adalah kombinasi dari strategi perusahaan, proses bisnis dan teknologi informasi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan pelanggan dan perilaku dalam rangka untuk mengembangkan hubungan yang kuat dengan mereka. Dalam kata lain CRM (*Customer Relationship Management*) adalah dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan untuk mengembangkan dan menerapkan strategi cerdas dan sebagian besar pelanggan untuk memaksimalkan profitabilitas pelanggan. (Elva et al., 2021).

Metode sistem pendukung keputusan yang digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah menggunakan metode *Weighted Product*. Dengan bantuan metode-metode pada Fuzzy seperti metode *Weighted Product* (WP) dapat membantu pengambilan keputusan mengenai pemilihan strategi pemasaran yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil perbandingan perhitungan dengan menggunakan metode WP. Terdapat empat alternatif dengan kriteria untuk penilaian alternatif digunakan 14 kriteria. Diperoleh bahwa dengan metode WP yang terpilih adalah alternatif 2 (A2), yaitu menggunakan *brand image* perusahaan dengan melakukan kegiatan promosi produk secara *online* dan jejaring sosial dan penyediaan pusat pelayanan pelanggan (Prasetyo et al., 2017).

Apotek HDN beralamat di Jl. Sutan Syahrir No.24, Painan, Kec. IV Jurai, Kabupaten Pesisir Selatan, tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan

merupakan suatu indikasi bahwa strategi pemasaran yang digunakan saat ini belum memberikan hasil yang optimal. Oleh karena itu perlu adanya suatu strategi pemasaran baru yang dapat mendorong penjualan di Apotek HDN.. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis ingin mengangkat judul penelitian yaitu **“OPTIMALISASI *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN APOTEK HDN MENGGUNAKAN METODE *WEIGHTED PRODUCT*”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Apotek HDN dapat mencapai target penjualan produk mereka sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh manajemen Apotek HDN?
2. Bagaimana cara agar Apotek HDN dapat meningkatkan penjualan produk mereka ?
3. Bagaimana cara agar Apotek HDN dapat memperkenalkan produk mereka secara online sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi ?
4. Bagaimana cara menerapkan aplikasi CRM dengan metode *Weighted Product* ini pada Apotek HDN agar dapat memanfaatkan fasilitas internet untuk mempermudah transaksi penjualan ?
5. Bagaimana aplikasi CRM dengan metode *Weighted Product* ini dapat memperkenalkan barang atau produknya ?
6. Bagaimana dengan menerapkan aplikasi CRM dengan metode *Weighted Product* dapat mengatur hubungan antara penjual dengan pelanggan yang baik ?

1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ada dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat mencapai target yang telah ditetapkan.
2. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat meningkatkan penjualan produk mereka.
3. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat memperkenalkan produk mereka secara online agar dapat menarik konsumen lebih banyak lagi supaya dapat mempertahankan produk mereka.
4. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat mengidentifikasi pelanggan upaya untuk mengelola pelanggan, akuisisi pelanggan untuk mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan, retensi pelanggan untuk mempertahankan pelanggan.

5. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat memperkenalkan barang atau produknya melalui sebuah *website* agar dapat menarik perhatian konsumen lebih banyak lagi.
6. Dengan *Optimalisasi Costumer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan Apotek HDN menggunakan metode *Weighted Product* diharapkan Apotek HDN dapat mengatur dan mengorganisir hubungan dengan pelanggan agar memberikan pelayanan yang memuaskan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk mengetahui adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah dalam penyusunan penelitian ini maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu, peneliti akan membuat sistem yang dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode *Weighted Product*. Penelitian akan dilakukan pada Apotek HDN sistem yang akan dibuat nantinya berbasis website dengan bahasa pemrograman PHP serta database MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya adalah:

1. Mengembangkan sistem CRM menggunakan metode *Weighted Product* untuk meningkatkan transaksi penjualan.
2. Untuk mempermudah pelanggan mencari suatu barang atau produk.

3. Memberikan kemudahan dan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Dengan adanya sistem CRM ini maka akan berdampak terhadap peningkatan perkembangan dunia bisnis serta dunia teknologi informasi.
2. Untuk para pelaku bisnis, sistem akan bermanfaat terhadap kinerja perusahaan.
3. Bagi para konsumen, pengenalan suatu barang atau produk melalui media internet merupakan hal yang menguntungkan karena konsumen tidak perlu keluar dari rumah dan kantor untuk melihat barang atau produk tersebut.

1.7 Gambar Umum Objek Penelitian

Apotek HDN merupakan salah satu tempat pembelian obat-obatan yang berlokasi di Painan. Apotek HDN sudah memiliki satu cabang yang terletak di Daerah Air Haji, jam kerja pada Apotek HDN yaitu dari pukul 08:00 sampai dengan pukul 21:00, pada hari senin - minggu. Apotek HDN selalu berusaha mendapatkan kepuasan dari kosumennya dan sudah dipercaya oleh masyarakat sekitar tentunya.